

Sweet CHOCOLATE



Η ΟΜΑΔΑ

	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΜΑΘΗΤΗ
ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΓΙΩΡΓΟΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ MARKETING	ΓΕΩΡΓΙΑΔΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ ΜΑΡΙΑ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΜΑΚΡΗ ΑΝΝΑ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΠΑΠΑΦΩΤΙΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ	ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΕΛΕΝΗ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ	ΔΕΛΗΓΙΑΝΝΗΣ ΠΕΤΡΟΣ

ΓΥΜΝΑΣΙΟ	15 ^ο ΓΥΜΝΑΣΙΟ ΚΑΛΑΜΑΡΙΑΣ	ΣΧΟΛΙΚΟ ΕΤΟΣ	2020-2021
ΤΜΗΜΑ	B5		

Κεφάλαιο 1^ο: Παρουσίαση της επιχείρησης

Γενικός Διευθυντής
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΓΙΩΡΓΟΣ

Α. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ

Η ιστορία της σοκολάτας στην Ευρώπη ξεκινάει με την ανακάλυψη της Αμερικής, πριν από 500 περίπου χρόνια. Μέχρι τότε οι κάτοικοι της ηπείρου μας, δεν ήξεραν τίποτα για το συναρπαστικό αυτό φυσικό και απολαυστικό προϊόν, που έμελλε να γίνει με τα χρόνια η πιο αγαπημένη γεύση μικρών και μεγάλων. Οι πρώτες πληροφορίες που έχουμε για την καλλιέργεια κακαόδεντρων είναι από την εποχή του πολιτισμού των Μάγια κάπου στο 600 μ.Χ.

Στην εποχή των Αζτέκων το είδος ήταν σπάνιο και άξιζε όσο και το χρυσάφι. Οι καρποί προσφέρονταν συνήθως στους Θεούς και τους βασιλιάδες και χρησίμευαν ακόμα και ως μέσο εμπορικών συναλλαγών, ως χρήμα.

Η σοκολάτα όμως δεν ήταν τότε γνωστή με τη σημερινή στερεά μορφή της. Οι Αζτέκοι χρησιμοποιούσαν τους καρπούς του κακάο - αφού πρώτα τους έτριβαν μεταξύ τους και τους έκαναν σκόνη - για την παρασκευή ενός ροφήματος που το ονόμαζαν "Chocolatl". Το ρόφημα αυτό, στο οποίο πρόσθεταν και άλλα μπαχαρικά, το έπιναν ζεστό και θεωρούσαν ότι ήταν χωνευτικό, δυναμωτικό και το καλύτερο φάρμακο της εποχής εκείνης, που μπορούσε να γιατρέψει κάθε αρρώστια.

Οι Αζτέκοι πίστευαν ότι με την ανάμειξη νερού και κακάου θα έφτιαχναν ένα δυναμωτικό και χωνευτικό ρόφημα εάν θερμαινόταν σε μεγάλες θερμοκρασίες (50-80 βαθμούς Κελσίου). Ωστόσο σε στερεή μορφή πρώτη φορά φτιάχτηκε σε ένα μικρό παραδοσιακό μαγαζί στο Λονδίνο με το όνομα «Ο μύλος του καφέ» το έτος 1674 το οποίο παρουσίασε σοκολατένια ραβδάκια «αλά ισπανικά» και ένα γλύκισμα σοκολάτας σε συμπαγή μορφή. Να σημειωθεί ότι οι Αζτέκοι χρησιμοποιούσαν καθαρή σοκολάτα (κουβερτούρα) με περιεκτικότητα 100%, αλλά η σοκολάτα η οποία φτιάχτηκε στο μαγαζί του Λονδίνου ήταν γάλακτος. Ο άνθρωπος ο οποίος έφερε την σοκολάτα και το κακάο στην Ευρώπη ήταν ο Hernando Cortez. Στην περίοδο 10ου-12ου αιώνα μ.Χ το κακάο χρησιμοποιήθηκε ως νόμισμα. Με δέκα κόκκους κακάο έπαιρνες ένα κουνέλι και με εκατό έναν σκλάβο.

2. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ

Όπως έχουμε προαναφέρει, πρώτη φορά η στερεή σοκολάτα παρασκευάστηκε στο Λονδίνο σε ένα μικρό μαγαζί. Ωστόσο πρώτη φορά στο εμπόριο η σοκολάτα βγήκε το 1848 στη Γαλλία όπου εκεί ανοίγει το πρώτο κατάστημα πώλησης σοκολάτας. Το 1875 η πρώτη σοκολάτα γάλακτος παρασκευάζεται στην Ελβετία. Το 1904 το πρώτο βιομηχανικό στιγμιαίο ρόφημα σοκολάτας παρασκευάζεται στη Γαλλία. Πλέον η σοκολάτα αρχίζει να παρασκευάζεται μαζικά καθώς στην Ευρώπη και στην Αμερική καταναλώνεται σε μεγάλες ποσότητες.

Με την βιομηχανική επανάσταση, ήρθε και η μαζική παραγωγή της σοκολάτας, εξαπλώνοντας έτσι την φήμη της στο ευρύ κοινό. Αναφερόμενος στην εισαγωγή του καφέ του τσαγιού και του κακάο στην Ευρώπη, έγραφε ο Ισαάκ Ντισραέλι (1791-1834) στα εξάτομα «παράδοξα της λογοτεχνίας»: «Οι Ισπανοί έφεραν την σοκολάτα από το Μεξικό, που ήταν γνωστή σαν τσοκολάτλ. Ήταν ένα χονδροειδές μείγμα από χονδροτριμμένο κακάο και ινδιάνικο καλαμπόκι. Αλλά οι Ισπανοί που εκτίμησαν την θρεπτική του αξία, το βελτίωσαν σε ένα πιο πλούσιο μείγμα, με ζάχαρη, βανίλια και άλλα αρωματικά. Είχαμε σοκολατοποιεία στο Λονδίνο πολύ αργότερα από τα καφεκοπτεία».

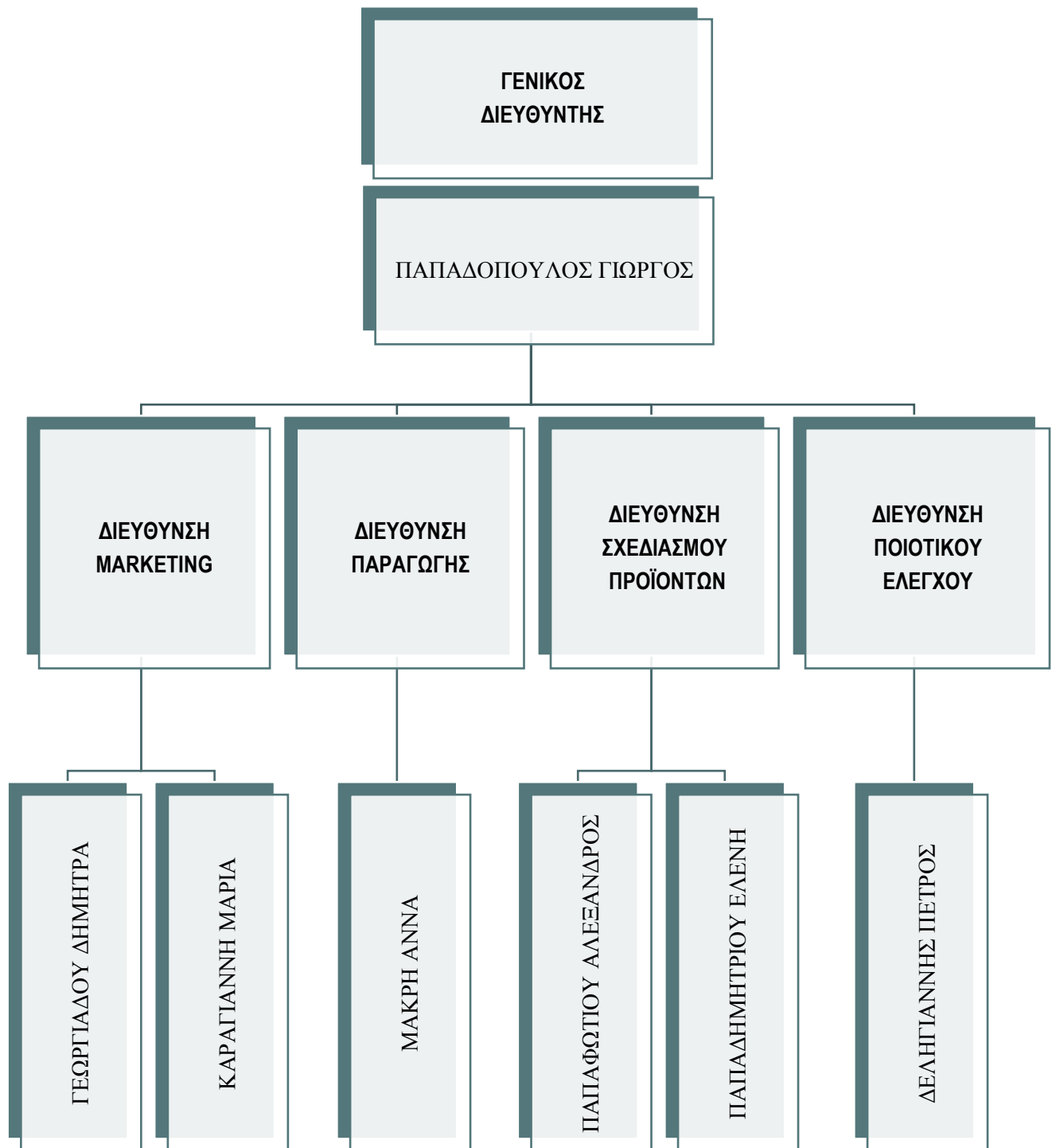
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΣΟΚΟΛΑΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ το έτος 2000	
		ΧΩΡΑ	ΚΙΛΑ σε τόνους
1780	Για πρώτη φορά γίνεται προσπάθεια βιομηχανοποιημένης παραγωγής σοκολάτας με ατμομηχανές.	Ελβετία	10,2
		Αυστρία	9,1
1815	Ο Ολλανδός Conrad Van Houten με μια μικρή ομάδα παραγωγών σοκολάτας καταφέρνει να διαχωρίσει το κακάο στα συστατικά του, απομονώνοντας το βούτυρο του κακάο.	Νορβηγία	8,2
		Γερμανία	8,2
1819	Ο Francois-Louis Cailler εγκαθιστά κοντά στο Vevey της Ελβετίας το πρώτο εργοστάσιο σοκολάτας.	Μ. Βρετανία	8,0
		Δανία	8,0
1875	Ο Henri Nestlé και ο Daniel Peter πέτυχαν να αντικαταστήσουν το νερό που χρησιμοποιούνταν μέχρι τότε για την πρόσμιξη της σοκολάτας με γάλα και έτσι γεννήθηκε η σοκολάτα γάλακτος.	Βέλγιο	6,0
		Γαλλία	5,2
1923	Ο Frank Mars λανσάρει για πρώτη φορά στο Σικάγο των ΗΠΑ τη σοκολάτα σε μορφή πλάκας.	Ιταλία	2,8
		Ελλάδα	2,3

3. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ

Το 1842, στη συμβολή των οδών Βύσσης και Αιόλου στην Αθήνα, άνοιξε το πρώτο ζαχαροπλαστείο στην Ελλάδα. Το γνωστό «Γλυκυσματοποιείον Παυλίδου» από τον Σπυρίδωνα Παυλίδη. Το κακάο και τα παράγωγά του, όπως η σοκολάτα, εκείνη την εποχή ήταν ακόμη άγνωστα στους Έλληνες. Ο Σπύρος Παυλίδης ήθελε να εμπλουτίσει το μαγαζί του με νέα προϊόντα, να έχει μια μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων. Έτσι αποφάσισε να ταξιδέψει σε άλλες χώρες για να πάρει ιδέες. Έτσι, σιγά-σιγά γνώρισε και εισχώρησε στον κόσμο της σοκολάτας. Το 1852 φτιάχνεται στο εργοστάσιο Παυλίδη η πρώτη σοκολάτα σε υγρή μορφή ενώ το 1861 κατασκευάζεται η πρώτη σοκολάτα σε στερεή μορφή και βγαίνει στο εμπόριο. Η «τσοκολάτα» (πρώτο όνομα της σοκολάτας όταν ήρθε στην Ελλάδα) αγαπήθηκε από την πρώτη στιγμή και αποτέλεσε αναπόσπαστο κομμάτι της διατροφής των Ελλήνων. Η ζήτηση για το νέο αυτό γλύκισμα ήταν πολύ μεγάλη. Αξιοσημείωτο είναι ότι μέχρι και σήμερα χρησιμοποιείται η ίδια συνταγή. Το 1930 ιδρύεται η γνωστή σε όλους μας ION η οποία ανταγωνίζεται την σοκολατοβιομηχανία Παυλίδη μέχρι και σήμερα με εξαγωγές στο εξωτερικό και με την τεράστια ποικιλία των προϊόντων της.

Από το 1930 έως σήμερα, το όνομα ION έχει καταφέρει να γίνει συνώνυμο της σοκολάτας στην Ελλάδα χάρη στην προσήλωση της εταιρείας στην ποιότητα, την καινοτομία και την ξεχωριστή γεύση των προϊόντων της. Μια ομάδα μετόχων ξεκινάει το 1930 ένα εργοστάσιο παραγωγής σοκολάτας στην οδό Πειραιώς, στο Νέο Φάληρο, όπου και μέχρι σήμερα βρίσκεται. Φιλοδοξία τους είναι να γίνουν σοκολατοποιοί. Το πρώτο καταστατικό της εταιρείας ION Α.Ε. δημοσιεύεται στο υπ' αριθμό 267/23.9.1930 φύλλο της «Εφημερίδας της Κυβερνήσεως». Αρχικά δημιουργείται (1956) η εμπορική εταιρεία «Αδελφοί Ι. Κωτσιόπουλοι» η οποία αναλαμβάνει την αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της ION. Η ομάδα επιχειρηματιών της ION επιμένει να αρνείται κατηγορηματικά τις δελεαστικές προτάσεις εξαγοράς, συνεχίζει έναν μοναχικό θα έλεγες δρόμο, αρκετά ρομαντικό πια σε καιρούς όπως οι τωρινοί. ION, ΓΙΩΤΗΣ και ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ μπορεί να θεωρηθούν ως η «εθνική τριάδα του κλάδου διατροφής», ενός τομέα που τελευταία ενισχύεται από νεότερα ονόματα, πολλούς τοπικούς παραγωγούς και με ενθαρρυντικές ενδείξεις αναζωογόνησης του πρωτογενούς τομέα.

Β. ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



Γ. ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ				ΜΑΡΤΙΟΣ				ΑΠΡΙΛΙΟΣ				ΜΑΪΟΣ			
ΑΝΑΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΥΣΤΑΣΗ ΟΜΑΔΑΣ ΕΠΙΛΟΓΗ ΘΕΜΑΤΟΣ																
ΣΥΛΛΟΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ																
ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ																
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ																
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΑΚΕΤΑΣ																
ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΓΡΑΠΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ																
1 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ																
2 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Η ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ																
3 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ																
4 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ																
5 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Η ΜΑΚΕΤΑ																

Κεφάλαιο 2^ο: Τμήμα Marketing

Διευθυντές Marketing

ΓΕΩΡΓΙΑΔΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ - ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ ΜΑΡΙΑ

Α. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έρευνα αγοράς (Market research) θεωρείται κάθε οργανωμένη προσπάθεια συλλογής πληροφοριών σχετικά με την αγορά και τους καταναλωτές. Η έρευνα αγοράς μελετά τις καταναλωτικές συνήθειες σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, αναγνωρίζει τυχόν ανεκπλήρωτες ανάγκες επίσης δημιουργεί και νέες ανάγκες και σκοπό έχει τη συλλογή και επεξεργασία πληροφοριών που σχετίζονται με τις ανάγκες μιας συγκεκριμένης αγοράς-στόχου, το μέγεθος της, αλλά και τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν σε μια αγορά.

Η έρευνα αγοράς είναι αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής στρατηγικής, καθώς με τη βοήθεια της έρευνας τα στελέχη μιας επιχείρησης μπορούν να βασιστούν σε αυτήν και να επιλύσουν σημαντικά στρατηγικά προβλήματα. Μία έρευνα αγοράς αποτελείται από τα παρακάτω έξι στάδια:

- 1. Αναγνώριση-Διατύπωση του προβλήματος.** Μέσω της σωστής κατανόησης και μελέτης του περιβάλλοντος και των πρωτογενών και δευτερογενών στοιχείων η επιχείρηση ορίζει το πρόβλημα και προχωράει στο σχεδιασμό και την υλοποίηση της έρευνας.
- 2. Ανάπτυξη αποτελεσματικής προσέγγισης.** Εντοπισμός των μεταβλητών που επηρεάζουν την έρευνα (π.χ. δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων, πιθανοί τρόποι προσέγγισής τους).
- 3. Επιλογή και Σχεδιασμός κατάλληλης ερευνητικής μεθόδου.** Λεπτομερής καταγραφή των διαδικασιών που απαιτούνται για τη διεξαγωγή της έρευνας.
- 4. Συλλογή δεδομένων.** Ο ερευνητής μαζεύει όλα τα δευτερογενή στοιχεία που υπάρχουν για τη συγκεκριμένη έρευνα, δηλαδή στοιχεία που έχουν συλλεχθεί από άλλους ερευνητές για άλλες έρευνες. Στη συνέχεια συλλέγει πρωτογενή στοιχεία, τα οποία θα συλλεχθούν για πρώτη φορά από τον συγκεκριμένο ερευνητή και για τη συγκεκριμένη έρευνα. Επίσης σε αυτό το στάδιο θα επιλέξει τους ερωτώμενους που θα απευθυνθεί για τη συλλογή αυτών των δεδομένων.
- 5. Ανάλυση των δεδομένων.** Καταγραφή, κωδικοποίηση και επαλήθευση των στοιχείων που συλλέχθηκαν.
- 6. Αποτελέσματα και Συμπεράσματα.** Ο σχεδιασμός της ερευνητικής μεθόδου που επιλέχθηκε, τα στοιχεία που συλλέχθηκαν, καθώς και η ανάλυσή τους συμπεριλαμβάνονται σε μία γραπτή αναφορά.

Β. Η ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Στο πλαίσιο του μαθήματος της Τεχνολογίας, αναλάβαμε μια εργασία με θέμα την σοκολάτα και διενεργούμε μία έρευνα αγοράς. Θα βοηθούσε η συμμετοχή και η συμπλήρωση εκ μέρους σας του κάτωθι ερωτηματολογίου το οποίο είναι ανώνυμο.

Κυκλώστε την απάντηση που σας αντιπροσωπεύει στις παρακάτω ερωτήσεις:

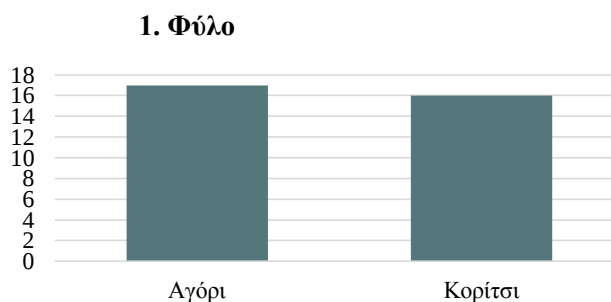
1. Φύλο α) αγόρι β) κορίτσι	
2. Ηλικία α) άνω των 18 β) κάτω των 18	
3. Πόσο συχνά τρώτε σοκολάτα α) καθημερινά β) 1-2 φορές την εβδομάδα γ) ποτέ δ) σπάνια ε) 1-2 φορές τον μήνα ζ) άλλο	4. Ποια γεύση είναι η αγαπημένη σας ; α) σοκολάτα φουντουκιού β) σοκολάτα αμυγδάλου γ) σοκολάτα με φράουλα δ) σοκολάτα με μπισκότο ε) σοκολάτα με φρούτα του δάσους ζ) άλλο
5. Ποιο είδος σοκολάτας είναι το αγαπημένο σας ; α) μαύρη σοκολάτα β) άσπρη σοκολάτα γ) σοκολάτα γάλακτος δ) κουβερτούρα ε) άλλο	6. Πόσο συχνά σας επηρεάζει η συσκευασία, στην αγορά μιας σοκολάτας ; α) ποτέ β) σπάνια γ) μερικές φορές δ) συχνά ε) πάντα
7. Πόσο συχνά σας επηρεάζει η τιμή, στην αγορά μιας σοκολάτας ; α) πάντα β) σπάνια γ) συχνά δ) μερικές φορές ε) ποτέ	8. Ποιες στιγμές της ημέρας τρώτε σοκολάτα συνήθως ; α) το πρωί β) το μεσημέρι γ) αμέσως μετά το φαγητό δ) το απόγευμα ε) το βράδυ
9. Σε τι συναισθηματική κατάσταση τρώτε σοκολάτα συνήθως ; α) όταν είμαι χαρούμενος β) όταν είμαι λυπημένος γ) όταν έχω άγχος-αγωνία δ) τίποτα από τα παραπάνω	10. Θα μπορούσατε να ζήσετε χωρίς σοκολάτα ; α) ναι β) ίσως γ) όχι δ) με τίποτα ε) η σοκολάτα είναι η ζωή μου

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ & ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1. Φύλο

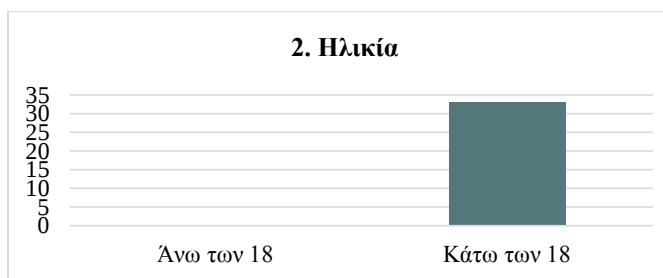
	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Αγόρι	17	52%
Κορίτσι	16	48%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 52% των παιδιών που ρωτήθηκαν ήταν αγόρια και το 48% ήταν κορίτσια

2. Ηλικία

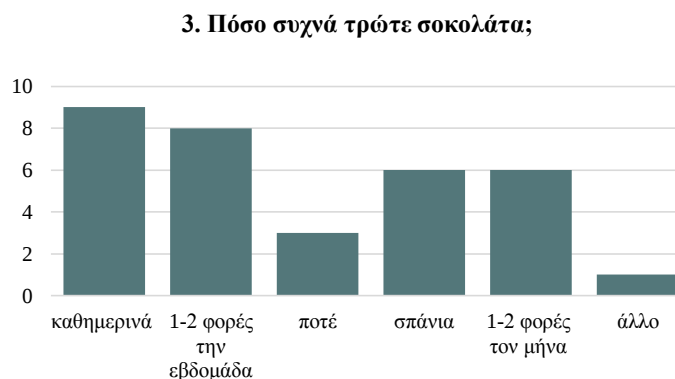
	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Άνω των 18	0	0%
Κάτω των 18	33	100%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Όλα τα παιδιά που ρωτήθηκαν ήταν κάτω των 18 ετών

3. Πόσο συχνά τρώτε σοκολάτα;

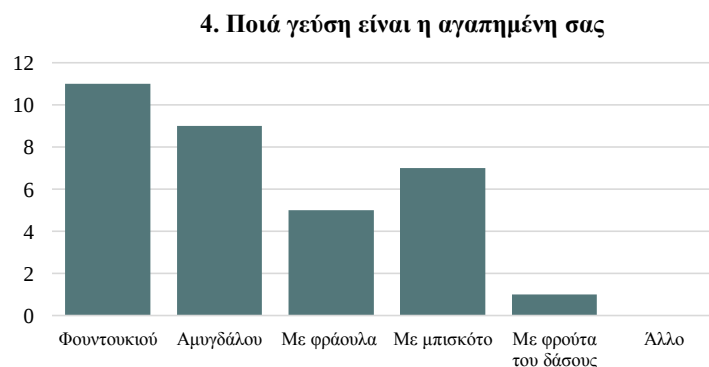
	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
καθημερινά	9	27%
1-2 φορές την εβδομάδα	8	24%
ποτέ	3	9%
σπάνια	6	18%
1-2 φορές τον μήνα	6	18%
άλλο	1	3%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 51% των παιδιών τρώει συχνά σοκολάτα (καθημερινά ή 1-2 φορές την εβδομάδα)

4. Ποια γεύση είναι η αγαπημένη σας;

	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Σοκολάτα φουντουκιού	11	33%
Σοκολάτα αμυγδάλου	9	27%
Σοκολάτα με φράουλα	5	15%
Σοκολάτα με μπισκότο	7	21%
Σοκολάτα με φρούτα του δάσους	1	3%
Άλλο	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%

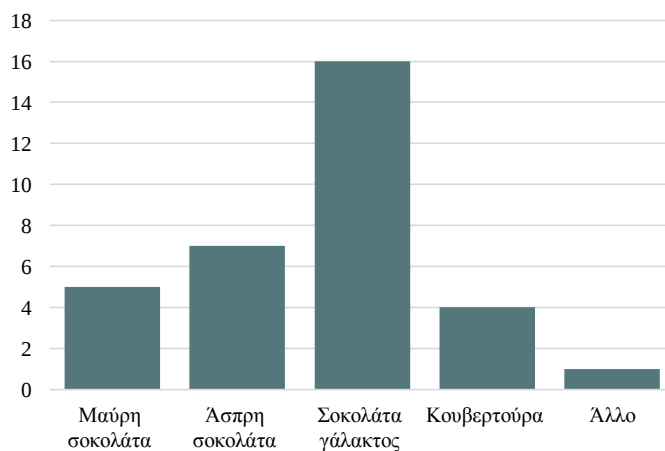


ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 60% των παιδιών προτιμάει σοκολάτα με γεύση ξηρών καρπών

5. Ποιο είδος σοκολάτας είναι το αγαπημένο σας;

	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Μαύρη σοκολάτα	5	15%
Άσπρη σοκολάτα	7	21%
Σοκολάτα γάλακτος	16	48%
Κουβερτούρα	4	12%
Άλλο	1	3%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%

5. Ποιό είδος σοκολάτας είναι το αγαπημένο σας;

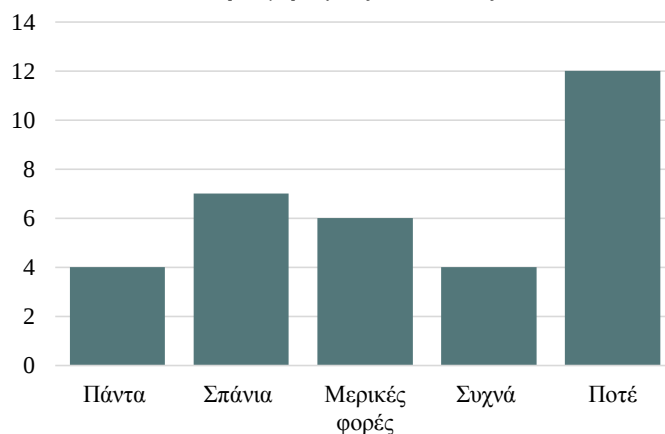


ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 48% των παιδιών προτιμάει σοκολάτα γάλακτος

6. Πόσο συχνά σας επηρεάζει η συσκευασία, στην αγορά μιας σοκολάτας;

	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Πάντα	4	12%
Σπάνια	7	21%
Μερικές φορές	6	18%
Συχνά	4	12%
Ποτέ	12	36%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%

6. Πόσο συχνά σας επηρεάζει η συσκευασία, στην αγορά μιας σοκολάτας;

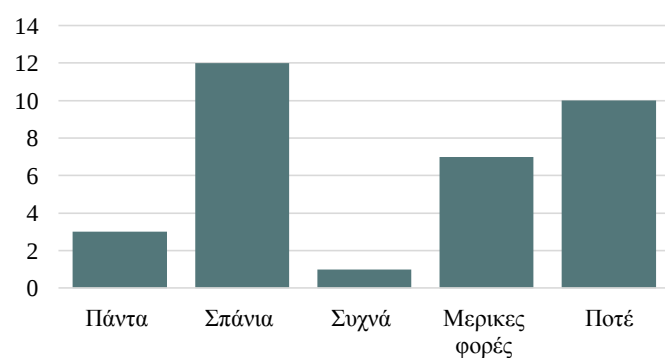


ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 57% των παιδιών δεν επηρεάζεται ποτέ ή επηρεάζεται σπάνια από την συσκευασία

7. Πόσο συχνά σας επηρεάζει η τιμή στην αγορά μιας σοκολάτας;

	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Πάντα	3	9%
Σπάνια	12	36%
Συχνά	1	3%
Μερικές φορές	7	21%
Ποτέ	10	30%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%

7. Πόσο συχνά σας επηρεάζει η τιμή στην αγορά μιας σοκολάτας;

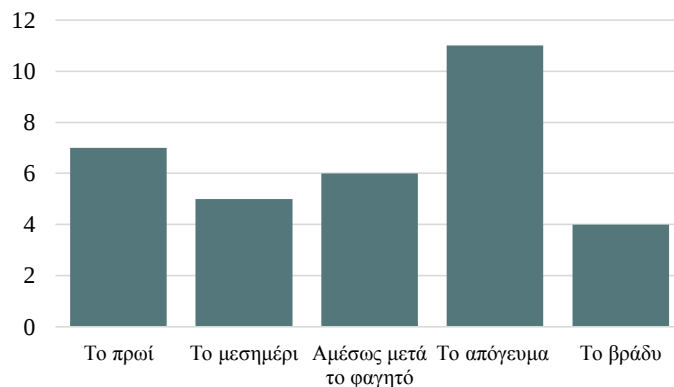


ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 66% των παιδιών δεν επηρεάζεται ποτέ ή επηρεάζεται σπάνια από την τιμή της σοκολάτας

8. Ποιες στιγμές της ημέρας τρώτε συνήθως σοκολάτα;

	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Το πρωί	7	21%
Το μεσημέρι	5	15%
Αμέσως μετά το φαγητό	6	18%
Το απόγευμα	11	33%
Το βράδυ	4	12%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%

8. Ποιές στιγμές της ημέρας τρώτε συνήθως σοκολάτα;

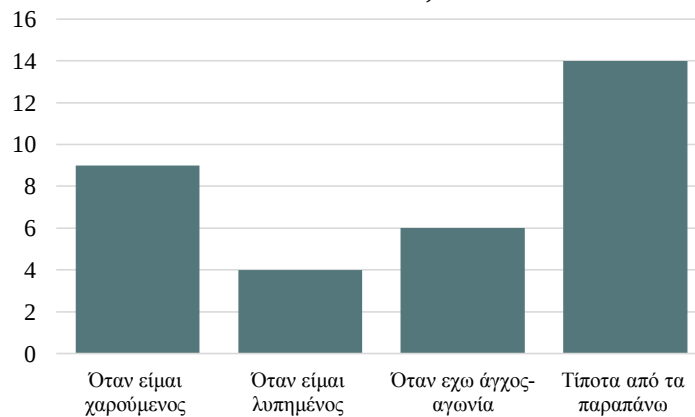


ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 33% των παιδιών τρώνε σοκολάτα το απόγευμα

9. Σε τι συναισθηματική κατάσταση τρώτε συνήθως σοκολάτα;

	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Όταν είμαι χαρούμενος	9	27%
Όταν είμαι λυπημένος	4	12%
Όταν έχω άγχος-αγωνία	6	18%
Τίποτα από τα παραπάνω	14	42%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%

9. Σε τι συναισθηματική κατάσταση τρώτε συνήθως σοκολάτα;

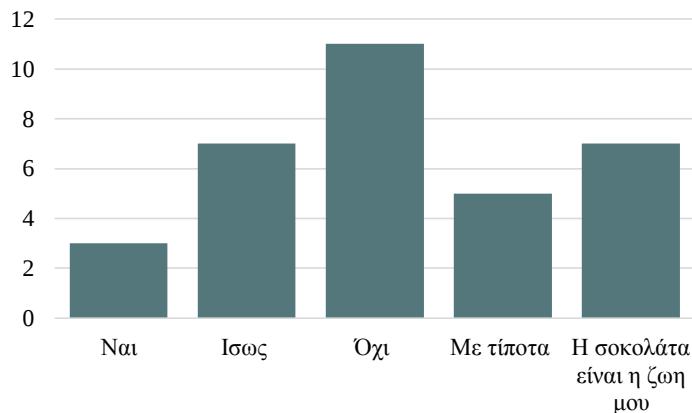


ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 42% των παιδιών απάντησε ότι δεν είναι σε κάποια συγκεκριμένη συναισθηματική κατάσταση όταν τρώνε σοκολάτα

10. Θα μπορούσατε να ζήσετε χωρίς σοκολάτα;

	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ναι	3	9%
Ισως	7	21%
Όχι	11	33%
Με τίποτα	5	15%
Η σοκολάτα είναι η ζωή μου	7	21%
ΣΥΝΟΛΟ	33	100%

10. Θα μπορούσατε να ζήσετε χωρίς την σοκολάτα;



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Το 70% των παιδιών δεν μπορεί να ζήσει χωρίς σοκολάτα

Κεφάλαιο 3^ο: Τμήμα Παραγωγής

Διευθυντής Παραγωγής

ΜΑΚΡΗ ANNA

A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Παραγωγή έτοιμων προϊόντων για χρήση ή μεταπώληση με τη χρήση εργατικού δυναμικού και μηχανών, εργαλείων, χημική και βιολογική επεξεργασία, συναρμολόγηση ή μεταποίηση, είναι η ουσία του δευτερογενούς τομέα. Ο όρος μπορεί να αναφέρεται σε ένα εύρος από ανθρώπινες δραστηριότητες, από τον τομέα της βιοτεχνίας έως τα υπερσύγχρονα εργοστάσια, αλλά εφαρμόζεται συνήθως στον βιομηχανικό σχεδιασμό, όταν οι πρώτες ύλες μετατρέπονται μαζικά σε έτοιμα προϊόντα. Αυτά τα έτοιμα προϊόντα με τη σειρά τους μπορούν να πωληθούν σε άλλους κατασκευαστές για την περαιτέρω παραγωγή πιο σύνθετων προϊόντων (όπως αεροσκάφη, οικιακές συσκευές, έπιπλα, αθλητικά είδη ή αυτοκίνητα), ή να διανεμηθούν μέσω του τριτογενούς τομέα στους τελικούς χρήστες και τους καταναλωτές (συνήθως μέσω χονδρεμπόρων, που προμηθεύουν τους λιανοπωλητές, οι οποίοι στη συνέχεια τα πωλούν στους πελάτες τους).

Η διαδικασία παραγωγής είναι τα στάδια με τα οποία οι πρώτες ύλες μετατρέπονται στο τελικό προϊόν. Η διαδικασία αρχίζει με το σχεδιασμό του προϊόντος και τον προσδιορισμό των προδιαγραφών για τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν. Οι οδηγίες παραγωγής περιλαμβάνουν όλα τα ενδιάμεσα βήματα της επεξεργασίας ή της συναρμολόγησης που απαιτούνται για την ολοκλήρωση του προϊόντος. Ορισμένες βιομηχανίες χρησιμοποιούν τον όρο «βιομηχανοποίηση».

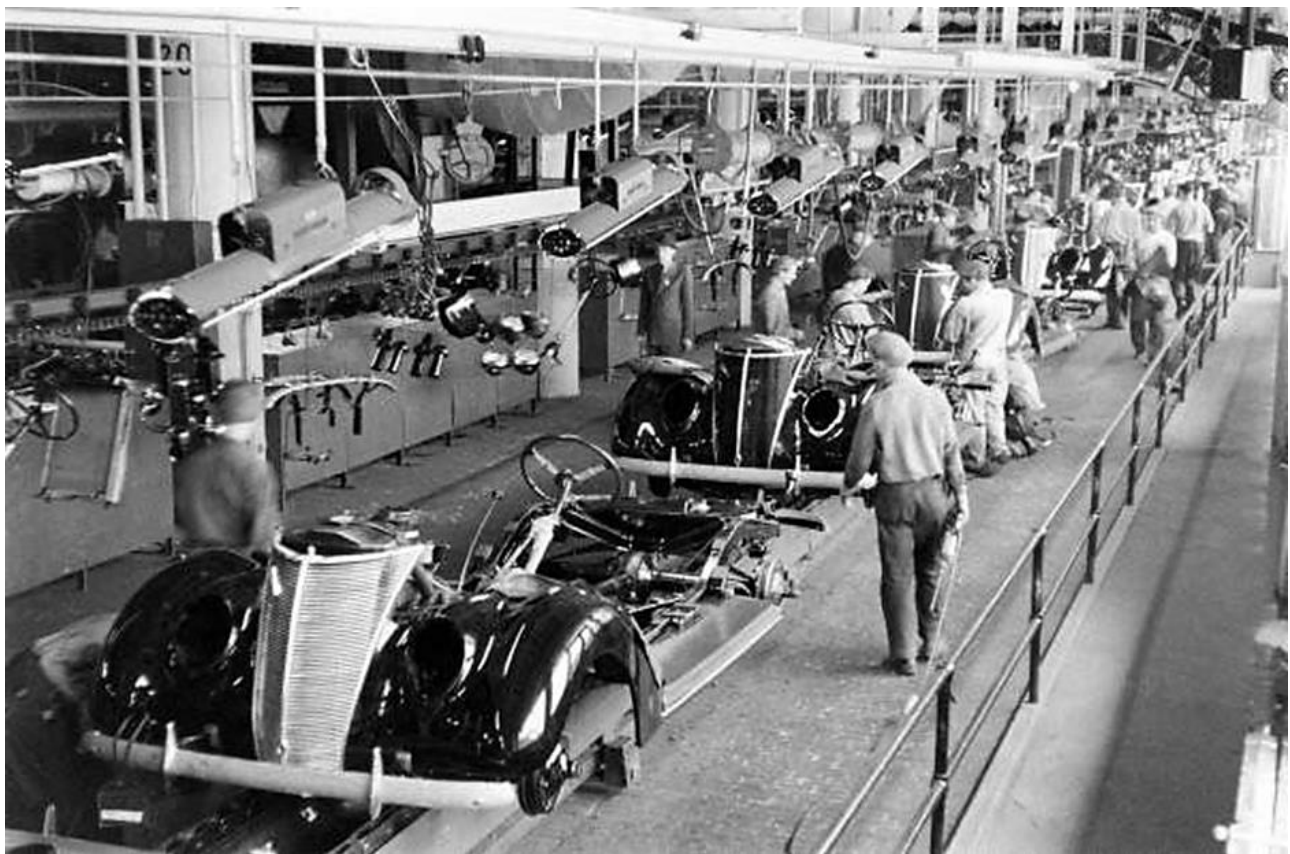
Στην προγενέστερη μορφή της, η παραγωγή πραγματοποιούνταν συνήθως από έναν έμπειρο τεχνίτη με τους βοηθούς του. Η κατάρτιση στο επάγγελμα γινόταν με μαθητεία. Σε μεγάλο μέρος του προβιομηχανικού κόσμου, τα συντεχνιακά σωματεία προστάτευαν τα προνόμια και τα εμπορικά απόρρητα των ειδικευμένων μαστόρων.

Πριν από τη Βιομηχανική Επανάσταση, οι περισσότερες μεταποιήσεις γίνονταν σε αγροτικές περιοχές, όπου τα εργαζόμενα νοικοκυριά συμπλήρωναν το εισόδημά τους από τη γεωργία (συνεχίζεται σε κάποιες επαρχίες). Τα νοικοκυριά ως εργαστήρια οργανώνονταν από τους επιχειρηματίες σε μια ενιαία επιχείρηση που λειτουργούσε συστηματικά.

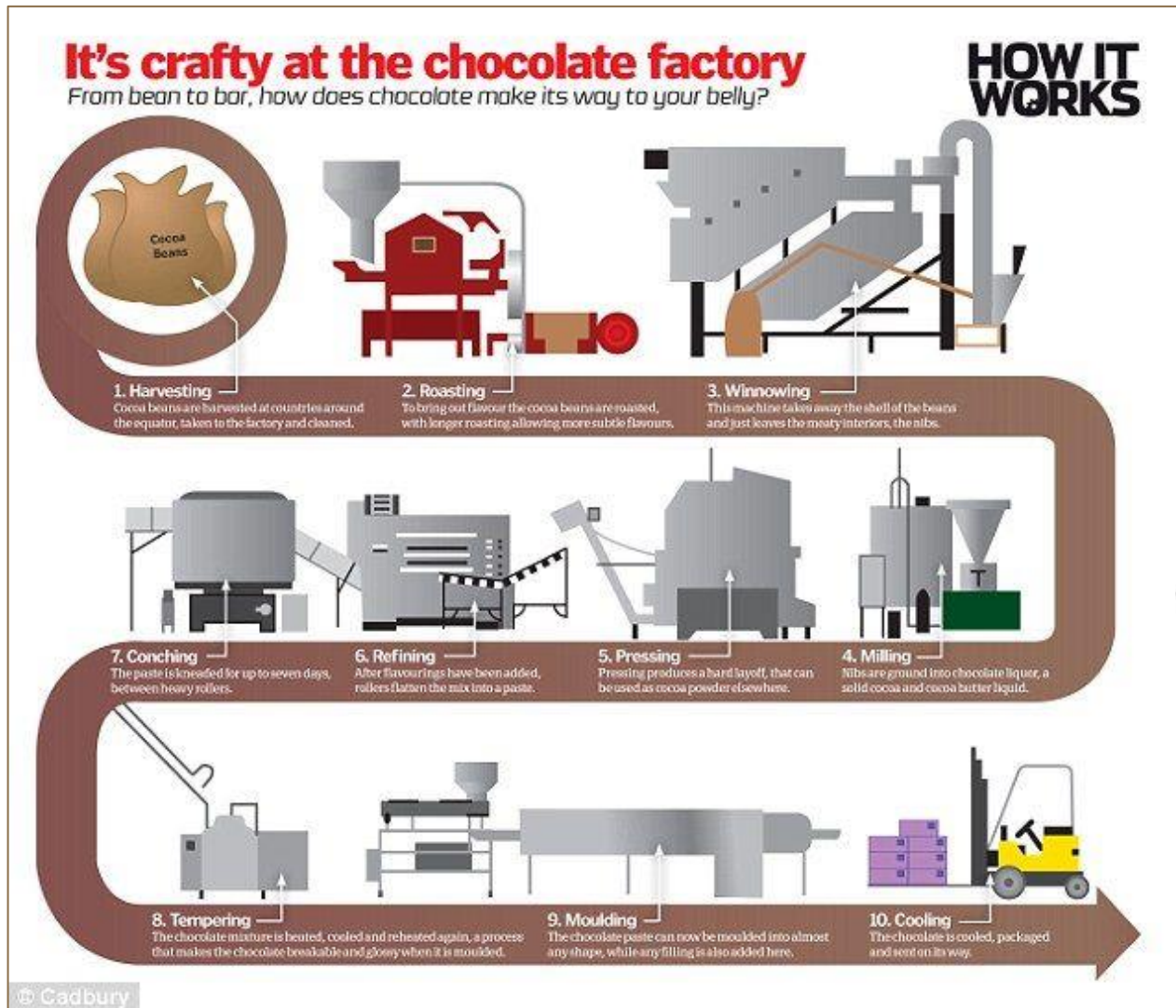
Ο Ford και η γραμμή παραγωγής

Εμπνευσμένος από την λειτουργία ενός σφαγείου, ο Ford καθιέρωσε τη «γραμμή παραγωγής» στο εργοστάσιο αυτοκινήτων του. Σύμφωνα με την γραμμή παραγωγής, ο κάθε εργαζόμενος είχε μία πολύ συγκεκριμένη εργασία στο αυτοκίνητο, καθώς αυτό περνούσε από μπροστά του, πάνω στην αλυσίδα που το μετέφερε. Αυτή η αλυσίδα άλλαξε εντελώς τη δομή των εργοστασίων, ανεξαρτήτως προϊόντων. Ήταν η είσοδος σε μια νέα εποχή.

Η γραμμή παραγωγής και η εξειδίκευση μείωσαν τον χρόνο παραγωγής ανά αυτοκίνητο, από τις δώδεκα ώρες στα 90 λεπτά και το κόστος της μονάδας από τα 850\$ στα 300\$. Το 1914 είχαν παραχθεί 308.162 περισσότερα αυτοκίνητα, απ' όσα είχαν παραγάγει συνολικά οι 300 κατασκευαστές εκείνη την εποχή. Το μόνο αρνητικό ήταν ότι, αρκετοί από τους εργαζόμενους αγανάκτησαν από την επιμερισμένη εργασία, τη ρουτίνα και την ακραία εξειδίκευση, με αποτέλεσμα να παραιτηθούν....



Β. Η ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ



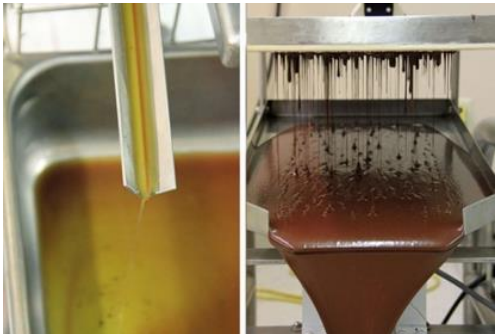
Είδη σοκολάτας στην Ελλάδα

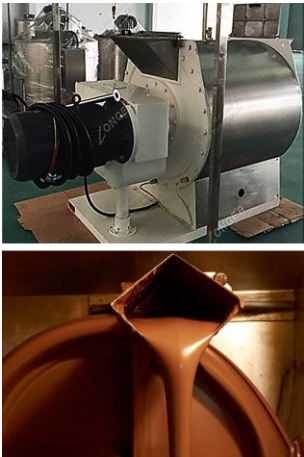
 ΜΑΥΡΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ Φτιάχνεται από βούτυρο κακάο, ζάχαρη και κακάομαζα. Όσο μεγαλύτερη η περιεκτικότητα της σε κακάο, τόσο πιο πικρή γεύση αποκτά.	 ΚΟΥΒΕΡΤΟΥΡΑ Όρος που χρησιμοποιείται για σοκολάτες πλούσιες σε βούτυρο κακάο, με υψηλή περιεκτικότητα σε κακάο. Χρησιμοποιείται συνήθως στη ζαχ/κή.	 ΓΑΛΑΚΤΟΣ Φτιάχνεται από βούτυρο κακάο, κακάομαζα, κακάο, γάλα και ζάχαρη. Οι ΗΠΑ απαιτούν περιεκτικότητα 10% κακάο, ενώ η Ε.Ε. 25%.	 ΛΕΥΚΗ ΣΟΚΟΛΑΤΑ Αποτελείται από ζάχαρη, γάλα και βούτυρο κακάο και έχει ένα υποκίτρινο χρώμα. Δεν περιέχει κακάο, κύριο συστατικό της γνήσιας σοκολάτας.	 ΓΕΜΙΣΤΗ Σε όλα τα είδη σοκολάτας μπορούν να προστεθούν επιπλέον υλικά, όπως ξηροί καρποί ή γέμιση όπως πραλίνα, πορτοκάλι, καραμέλα κ.λπ.
---	---	---	--	---

Τα στάδια της βιομηχανικής παραγωγής της σοκολάτας

1	Συγκομιδή Καρπών Κακάο	Harvesting
2	Καβούρντισμα	Roasting
3	Διαχωρισμός	Winnowing
4	Άλεση	Milling
5	Σύνθλιψη	Pressing
6	Ραφινάρισμα	Refining
7	Κονσάρισμα	Conching
8	Σκλήρυνση	Tempering
9	Καλούπια	Moulding
10	Συντήρηση – Αποθήκευση	Cooling

ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ ΚΑΡΠΩΝ ΚΑΚΑΟ (Harvesting)		
1	Στις χώρες των Τροπικών οι καρποί κακάο μετά τη συγκομιδή κόβονται και ανοίγονται για να αποκαλυφθούν στο εσωτερικό τους οι φρέσκοι κόκκοι κακάο τυλιγμένοι σε ένα παχύρρευστο, λευκό πολτό. Ακολουθεί η ζύμωσή τους σε καλάθια (κατά την οποία χάνουν τη βλαστικότητα τους, την πικρή χορτοειδή γεύση τους και αποκτούν χρώμα σκοτεινότερο), η ξήρανση, η συσκευασία και η αποστολή τους στις σοκαλατοποιίες του κόσμου.	
ΚΑΒΟΥΡΝΤΙΣΜΑ (Roasting)		
2	Οι κόκκοι του κακάο - που αποκαλούνται κακαοβάλανοι - μόλις παραληφθούν στο εργοστάσιο καθαρίζονται από τυχόν ξένα σώματα και σκόνη και αποθηκεύονται σε σιλό ανά ποικιλία. Από εκεί μεταφέρονται αυτόματα στα ειδικά μηχανήματα, τα καβουρντιστήρια. Κατά τη διάρκεια του καβουρντίσματος, αναπτύσσεται το άρωμα και το χρώμα του κακάο και απομακρύνεται η υγρασία. Στη συνέχεια, οι καβουρντισμένοι κακαοβάλανοι αποφλοιώνονται, απορρίπτονται τα φλούδια και οι καρποί τεμαχίζονται σε μικρά κομμάτια, τα οποία στην τεχνική ορολογία ονομάζονται «nibs».	

ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ (Winnowing)		
3	Κάθε κόκκος καλύπτεται με ένα προστατευτικό κέλυφος, το οποίο αφαιρείται γιατί προσθέτει πικρή γεύση στην τελική σοκολάτα. Οι κόκκοι κατά το καβούρντισμα ραγίζουν και διαχωρίζεται η ψίχα από το κέλυφος. Τα ραγισμένα κομμάτια κοσκινίζονται και μεταφέρονται στο επόμενο στάδιο όπου πλέον μετατρέπεται το κακάο σε σοκολάτα.	
ΑΛΕΣΗ (Milling)		
4	Οι καβουρντισμένοι και τεμαχισμένοι κακαοβάλανοι (nibs) από διάφορες ποικιλίες αναμειγνύονται και στη συνέχεια αλέθονται. Το προϊόν που προκύπτει από την αλέση των nibs ονομάζεται κακαοπολτός. Ο κακαοπολτός στη συνέχεια υφίσταται θερμική επεξεργασία για την επίτευξη του τελικού αρώματος.	
ΣΥΝΘΛΙΨΗ (Pressing)		
5	Στους πιεστήρες η κακαόμαζα συνθλίβεται και γίνεται ο διαχωρισμός του βουτύρου-κακάο από το κακάο. Το πρεσάρισμα για τον διαχωρισμό του βουτύρου είναι μία χρονοβόρα διαδικασία στην οποία εξασφαλίζεται η ποιότητα της πρώτης ύλης και οι γεύσεις διατηρούνται αληθινές.	
ΡΑΦΙΝΑΡΙΣΜΑ (Refining)		
6	Ο κακαοπολτός μεταφέρεται στους αναμικτήρες, όπου προστίθενται τα ανάλογα ποσοστά ζάχαρης, γάλακτος και βουτύρου-κακάο και αναμειγνύονται καλά μέχρι να αποτελέσουν ένα ομοιογενές μείγμα το οποίο μεταφέρεται σε ειδικά μηχανήματα που ονομάζονται πεντακύλινδροι, όπου επιτυγχάνεται η λέπτυνση του μείγματος και μετατρέπεται σε λεπτή σκόνη. Σε αυτό το στάδιο το τελικό προϊόν αποκτά τη λεπτή και βελούδινη υφή που αισθανόμαστε, όταν λιώνει η σοκολάτα στο στόμα μας.	

ΚΟΝΣΑΡΙΣΜΑ (Conching)		
7	Αποτελεί το πιο βασικό τμήμα όλης της παραγωγικής διαδικασίας. Η λεπτή σκόνη μετά το ραφινάρισμα μεταφέρεται σε ειδικά μηχανήματα που ονομάζονται «κόνσες», τα οποία έχουν θερμαινόμενες πλευρές. Εκεί η σκόνη ρευστοποιείται και αναδεύεται, ενώ ταυτόχρονα, γίνονται αντιδράσεις που δίνουν το χαρακτηριστικό άρωμα σε κάθε είδος σοκολάτας. Όσο μεγαλύτερη είναι η παραμονή του ρευστοποιημένου μείγματος στις κόνσες, τόσο καλύτερο είναι το γευστικό αποτέλεσμα του τελικού προϊόντος.	
ΣΚΛΗΡΥΝΣΗ (Tempering)		
8	Σε αυτό το στάδιο μετριάζεται η θερμοκρασία της σοκολάτας ώστε να μπορεί να μπει στα καλούπια και από εκεί στα ψυγεία	
ΚΑΛΟΥΠΙΑ (Moulding)		
9	Το προϊόν μεταφέρεται αυτόματα με τις κατάλληλες σωληνώσεις σε ειδικά μηχανήματα όπου χύνεται στις φόρμες πλακιδίων. Στο σημείο αυτό μπορεί να προστεθούν και επιπλέον συστατικά, όπως αμύγδαλα, φουντούκια, γέμιση, κ.λ.π. Οι φόρμες μεταφέρονται αυτόματα στα ψυγεία κι έπειτα από ορισμένο χρονικό διάστημα η σοκολάτα στερεοποιείται. Στη συνέχεια, οι πλάκες μεταφέρονται στις συσκευαστικές μηχανές και τυλίγονται σε φύλλα κασσίτερου για να εξασφαλιστεί η διατήρησή τους	
ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ – ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ (Cooling)		
10	Αποθηκεύονται σε κατάλληλους, κλιματιζόμενους χώρους, μέχρι να φτάσουν στα σημεία πώλησης . Σημειώνεται ότι ο χρόνος διατήρησης της φυσικής σοκολάτας είναι έως 6 μήνες , ενώ της αντίστοιχης με προσμείξεις είναι έως 3 μήνες.	

Κεφάλαιο 4^ο: Τμήμα Σχεδιασμού Προϊόντων

Διευθυντές Σχεδιασμού Προϊόντων

ΠΑΠΑΦΩΤΙΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ - ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΕΛΕΝΗ

Α. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το λογότυπο αποτελεί τη γραφιστική αποτύπωση ενός εμπορικού σήματος (έμβλημα/σύμβολο) μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός ιδρύματος, το οποίο εκφράζει την εταιρική του ταυτότητα και χρησιμοποιείται με σκοπό να την επικοινωνήσει στην αγορά και να την κάνει αναγνωρίσιμη. Το λογότυπο εκφράζεται από ένα γραφιστικό σχέδιο/σύμβολο, το όνομα της εταιρίας/οργανισμού, ή συνδυασμός και των δύο. Καθώς το λογότυπο είναι συνυφασμένο με την εταιρική ταυτότητα της επιχείρησης που εκπροσωπεί και την κάνει αναγνωρίσιμη, αυτό θα πρέπει να παραμένει αμετάβλητο σε κάθε μορφή οπτικής επικοινωνίας, είτε αυτή είναι έντυπη, είτε ηλεκτρονική ή outdoor.

Ένα καλά σχεδιασμένο λογότυπο θα πρέπει να συνδυάζει τα τυπογραφικά και γραφιστικά στοιχεία με τέτοιο τρόπο, ώστε αφενός να εκφράζει απόλυτα το ύφος, τη φιλοσοφία, το όραμα, τις αξίες και τους στόχους της εταιρίας/οργανισμού που εκπροσωπεί και αφετέρου να προσελκύει το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Εταιρική ταυτότητα (corporate identity)

Με τον όρο εταιρική ταυτότητα εννοούμε το σύνολο των στοιχείων και των χαρακτηριστικών, τα οποία προσδιορίζουν την προσωπικότητα και το προφίλ μιας επιχείρησης (εταιρία, οργανισμός, φορέας) και αποτελούν τα κριτήρια διαφοροποίησής της από τους ανταγωνιστές της.

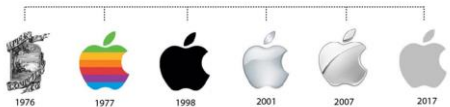
Τα στοιχεία αυτά εκφράζουν τη φιλοσοφία, τις αξίες, τους στόχους, την οργανωτική δομή, τη συμπεριφορά και τη δράση της επιχείρησης τόσο στο επιχειρηματικό, όσο και στο κοινωνικό περιβάλλον της. Τα στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας συνθέτουν τη συνολική εικόνα της επιχείρησης, η οποία επικοινωνείται ακολουθώντας συγκεκριμένη στρατηγική μέσω διαφόρων επικοινωνιακών μέσων, μεθόδων και τεχνικών.

Η ιστορία των λογότυπων

Οι Θυρεοί, οι σημαίες, τα ιστορικά εμβλήματα και σύμβολα, μπορούμε να πούμε πως αποτελούν τα πρώτα στοιχεία εταιρικής ταυτότητας. Αυτά εξέφραζαν συγκεκριμένο τρόπο σκέψης, ιδέες και φιλοσοφία. Με την ανάπτυξη της βιομηχανίας, του εμπορίου και τη διάθεση καταναλωτικών προϊόντων και υπηρεσιών, αυξήθηκε σημαντικά η αναγκαιότητα για δημιουργία εταιρικής ταυτότητας από εταιρίες που είχαν εμπορική δραστηριότητα ή από φορείς και οργανισμούς.

Η γερμανική εταιρία AEG (η πρώτη μεγάλη επιχείρηση ενέργειας και ηλεκτρικών ειδών), υπήρξε πρωτοπόρα στη δημιουργία εταιρικής ταυτότητας με τη βοήθεια του σχεδιαστή-αρχιτέκτονα Πέτερ Μπέρενς (Peter Behrens), ο οποίος μαζί με την ομάδα του διαμόρφωσε τη συνολική εταιρική εικόνα της επιχείρησης. Αυτή περιελάμβανε το σχεδιασμό επαγγελματικών καρτών, επιστολόχαρτων καθώς και τη διαμόρφωση εργοστασιακών χώρων και γραφείων, όπου όλα ακολουθούσαν ένα ενιαίο στυλ. Την ίδια περίοδο, διαμόρφωνε την εταιρική της ταυτότητα και η γερμανική Siemens με ιδρυτή τον Βέρνερ φον Ζίμενς (Werner von Siemens). Μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, υποδειγματική ήταν επίσης και η ανάπτυξη της εταιρικής ταυτότητας των μεγάλων επιχειρήσεων IBM και Coca-Cola

Λογότυποι που γράψαν ιστορία

 Apple Logo History 1976 1977 1998 2001 2007 2017	 1929 - 1937 1937 - 2019 2019
 1886 1891 1911 1924 1947 1956 1972	 1902 1909 1909 1916 1926 2008 2009 2011
 1949 1971 1990 2002 2005	 1940 1948 1953 1960 1968 1975 1992 2000 2003 2006
 1886 1890 1900 1905s 1940 1950 1969 1985 1987 1993 2003 2007	 1975 1980 1982 1987 2012
 1997 1998 1999 2000 2010 2013 2015	

Β. ΤΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



Η συσκευασία του προϊόντος



Κεφάλαιο 5^ο: Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου

Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου

ΔΕΛΗΓΙΑΝΝΗΣ ΠΕΤΡΟΣ

ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΑΚΕΤΑΣ

1. ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΚΕΤΑΣ



2. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΥΛΙΚΩΝ

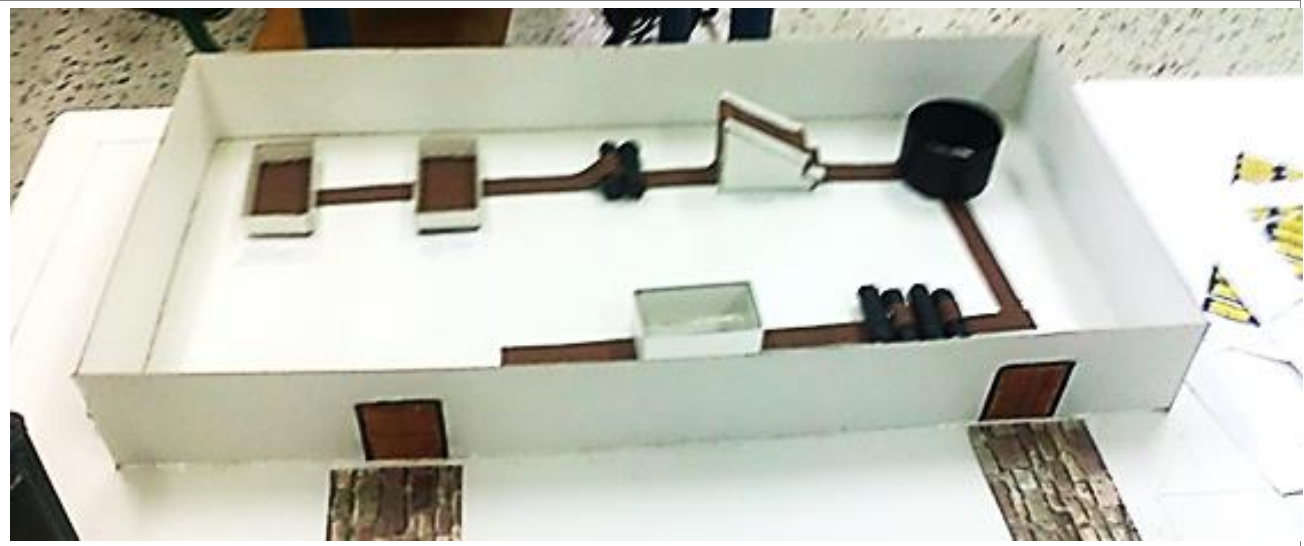
Κατάλογος Υλικών	Κόστος Αγοράς
Χαρτί σχεδίου	
Βάση από μονωτικό υλικό διαστάσεων 100x70 cm	
Κουτιά υποδημάτων	
Καλαμάκια πλαστικά	
Κύλινδροι από χαρτόνι	
Κόλλες κανσόν έγχρωμες	
Κόλλα υγρή UHU	
Ξυλόκολλα Atlacoll	
Σιλικόνη	
Μπογιές	
Κατάλογος Εργαλείων	
Γεωμετρικά όργανα	
Πιστόλι σιλικόνης	
Κοπίδια - Ψαλίδια	
Πινέλα	

3. ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΜΑΚΕΤΑΣ

	ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΚΑΤΟΨΗΣ								
ΕΠΙΛΟΓΗ ΥΛΙΚΩΝ								
ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ								
ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΒΑΣΗΣ								
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΩΝ								
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΓΡΑΜΜΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ								
ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΠΡΑΣΙΝΟΥ & ΣΤΑΘΜΕΥΣΗΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ								
ΤΕΛΙΚΟ ΦΙΝΙΡΙΣΜΑ								

4. ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ ΜΑΚΕΤΑΣ





Βιβλιογραφία – Πηγές

<https://www.iranousis.gr/>

<https://www.tilestwra.com/>

<http://micro-kosmos.uoa.gr/>

<https://hellaspastrychefclub.gr/>

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%88%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1_%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%82

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE>

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%92%CE%B9%CE%BF%CE%BC%CE%B7%CF%87%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CE%B1>

<https://www.mixanitouxronou.gr/chenri-fornt-dimiourgise-ta-fthina-aftokinita-ti-grammi-paragogis-ke-ton-pronomioucho-ergazomeno/>

www.sokolata.com

www.ion.gr

www.nestle.gr

www.ionchocopedia.gr

<https://metomati.gr/beantobar-cacao-chocolate/>

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%BF%CE%B3%CF%8C%CF%84%CF%85%CF%80%CE%BF>

<https://www.slideshare.net/Papanikolaougiannis/ss-45613796>